

Kurzkomentierung

zum Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs und des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche in Umsetzung der EU-Richtlinie zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union

Berlin, 30. November 2020

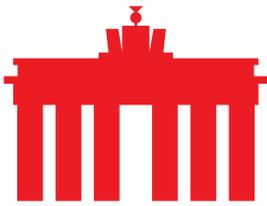
Das Europäische Parlament und der Rat haben im vergangenen Jahr die Richtlinie (EU) 2019/2161 zur Stärkung und Modernisierung von Verbraucherschutzrechten z.B. Definition des Online-Marktplatzes, Ergänzung von Informationspflichten für die Marktplatzbetreiber und Sanktionsvorschriften erlassen. Die Richtlinie muss bis November 2021 in nationales Recht umgesetzt werden.

Zur Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht hat das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) im November den Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) sowie des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB) vorgelegt. Damit erfolgt die Klarstellung, dass digital geschlossene Verträge über Waren, Dienstleistungen und digitale Inhalte ebenso dem BGB unterliegen, wie physisch geschlossene Verträge oder Verträge auf Basis altbewährter Techniken des Fernabsatzes. eco – Verband der Internetwirtschaft e.V. möchte insbesondere zur neu zu schaffenden Informationspflicht für Unternehmen zur Personalisierung von Suchergebnissen auf Basis automatisierter Entscheidungsmechanismen einige Aspekte in die weitere Beratung einbringen.

- **Einführung einer Informationspflicht zur Personalisierung von Preisen auf Grundlage automatisierter Entscheidungsfindung**

Mit der Ergänzung von Artikel 246d § 1 EGBGB schafft das BMJV umfangreiche Informationspflichten für die Betreiber von Online-Marktplätzen. Neben Angaben zu möglichen gesellschaftsrechtlichen Verbindungen zwischen dem Betreiber eines Online-Marktplatzes und dem anbietenden Unternehmen einer Ware, Dienstleistung etc. müssen die Betreiber von Online-Marktplätzen den Verbrauchern zukünftig Informationen über die Hauptparameter bzw. deren relative Gewichtung des Rankings über Waren, Dienstleistungen und digitale Inhalte informieren.

Mit dieser Informationspflicht ist auf europäischer Ebene eine gesonderte Informationspflicht für die Betreiber von Online-Marktplätzen geschaffen worden. Dass Online-Marktplätze im Bereich digitaler Geschäftsmodelle ein wichtiger Marktteilnehmer sind, steht außer Frage. Gleichwohl bleibt unklar, warum eine gesonderte Informationspflicht geschaffen werden muss. Dies führt zu einer Benachteiligung einzelner digitaler Geschäftsmodelle durch wettbewerbs- und zivilrechtliche Vorschriften gegenüber „analogen“ Geschäftsmodellen. Nach Ansicht des eco sollten bei regulatorischen Initiativen zu digitalen Geschäftsmodellen, die jeweiligen ökonomischen Charakteristika und Unterschiede hinsichtlich der Regulierungswirkung auf den Wettbewerb und für die Verbraucher berücksichtigt werden, um mögliches Diskriminierungspotential gegenüber einzelnen Geschäftsmodellen auszuschließen.



Auf Grundlage der Informationspflicht werden die Betreiber von Online-Marktplätzen dazu verpflichtet die Parameter sowie die relative Gewichtung der gewählten Parameter des Rankings offenzulegen. Diese Anforderung bewertet eco als problematisch. Eine solche Verpflichtung kann dazu führen, dass Funktionen und Parameter für das Ranking ausgenutzt und dazu missbraucht werden, um für bestimmte Produkte ein besseres Ranking zu erzielen. Durch derartige Manipulationen könnte die Aufmerksamkeit bewusst auf minderwertige Produkte oder unzureichende Leistungen gelenkt und das Auslisten erschwert werden.

Zudem betrifft die Verpflichtung zur Offenlegung der Parameter für das Ranking und deren Gewichtung unter Umständen Geschäftsgeheimnisse der Betreiber von Online-Marktplätzen. Dabei gilt es ebenso die Frage zu klären, wie die gewünschten Verbraucherinformationen auf Basis einer semantischen Suche, wie sie bei digitalen Geschäftsmodellen üblich ist, überhaupt abgeleitet werden sollen. Bei dem Einsatz von lernenden Algorithmen und Systemen ist die Darlegung der Kriterien, die die KI bzw. die Algorithmen ermitteln, technisch nahezu unmöglich.

Neben den technischen Unklarheiten bleibt fraglich, ob eine Transparenzsteigerung über automatische Rankingmechanismen tatsächlich zur Aufklärung der Verbraucher beitragen kann. Ebenso wäre zu hinterfragen, wie aussagekräftig die dem Verbraucher zur Verfügung gestellten Informationen über das Ranking sind. Letztlich bleibt abzuwarten, ob die geplante Informationspflicht für die Betreiber von Online-Marktplätzen tatsächlich zur Stärkung und Aufklärung von Verbrauchern beitragen wird.

Über eco

Mit über 1.100 Mitgliedsunternehmen ist eco der größte Verband der Internetwirtschaft in Europa. Seit 1995 gestaltet eco maßgeblich das Internet, fördert neue Technologien, schafft Rahmenbedingungen und vertritt die Interessen seiner Mitglieder gegenüber der Politik und in internationalen Gremien. Die Zuverlässigkeit und Stärkung der digitalen Infrastruktur, IT-Sicherheit und Vertrauen sowie eine ethisch orientierte Digitalisierung bilden Schwerpunkte der Verbandsarbeit. eco setzt sich für ein freies, technikneutrales und leistungsstarkes Internet ein.